

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Питання для підсумкового контролю знань і вмінь студентів з
навчальної дисципліни

**«РИНОК ТУРИСТИЧНИХ, РЕСТОРАННИХ ТА ГОТЕЛЬНИХ
ПОСЛУГ»**

для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Полтава-2016

Модуль 1. Сутність, структура та моніторинг світового ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг

1. Складові моніторингу світового ринку туристичних, готельних та ресторанних послуг.
2. Сутність та значення досліджень у здійсненні маркетингу підприємств туристичної, готельної та ресторанної індустрії.
3. Основні об'єкти досліджень. Види досліджень світового ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.
4. Основні етапи проведення моніторингу світового ринку.
5. Методичне забезпечення процесу моніторингу світового ринку туристичних, готельних та ресторанних послуг.
6. Особливості проведення різних видів дослідження, типи інформації, які можна зібрати за їх допомогою.
7. Сутність та значення маркетингових експериментів в обґрунтуванні маркетингових рішень підприємства.
8. Проблеми створення різних видів панелей та отримання від них необхідної маркетингової інформації.
9. Розробка програми (робочого плану) моніторингу світового ринку туристичних, готельних та ресторанних послуг.
10. Вибірковий план дослідження: основні етапи та проблеми його розробки.
11. Система аналізу результатів моніторингу світового ринку туристичних, готельних та ресторанних послуг.
12. Опрацювання даних моніторингу світового ринку туристичних, готельних та ресторанних послуг за допомогою прикладних програм.
13. Визначення динаміки споживання туристичних, готельних та ресторанних послуг.
14. Визначення територіальної структури: елементів та форм територіальної організації споживання туристичних, готельних та ресторанних послуг.
15. Напрямки та перспективи розвитку регіональних ринків туристичних, готельних та ресторанних послуг різного масштабу.
16. Визначення місткості, сегментів, потенційних можливостей обсягу, структури, галузевої та територіальної диференціації пропозиції.
17. Оцінка співвідношення попиту та пропозиції на ринках внутрішнього та міжнародного туристичного, готельного та ресторанного бізнесу.
18. Основні поняття моніторингу.
19. Методи дослідження при проведенні моніторингу.

20. Теоретичні засади кон'юнктурного дослідження світового ринку туристичних послуг.
21. Етапи дослідження. Класифікація напрямів вивчення ринку.
22. Програмне забезпечення моніторингу світового ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг.
23. Оцінка рівня коливань в економічній динаміці.
24. Особливості дослідження кон'юнктури окремих видів ринків.
25. Закономірності ціноутворення на міжнародному ринку туристичних, готельних і ресторанних послуг.
26. Попит, пропозиція та ціноутворення.
27. Кон'юнктурні оцінки ринкової ситуації.
28. Оцінювання потенціалу та основних пропорцій ринку.
29. Методи кон'юнктурного оцінювання підприємницького ризику.
30. Прогноз кон'юнктури. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів.
31. Методи прогнозування та форсайт-аналізу: екстраполяції, експертних оцінок, економічного моделювання.
32. Сутність моніторингу світового ринку туристичних послуг.
33. Роль і місце моніторингу кон'юнктури світового ринку туристичних послуг у системі ринкових відносин.
34. Інформаційне і програмне забезпечення кон'юнктурних досліджень.
35. Дослідження рівноваги в економіці та на ринку туристичних послуг.